

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Kordinasi

Kompas Group (KG) memiliki berbagai lini bisnis, antara lain *media, retail & publishing, hospitality, manufacture, education, event & venue, property, dan digital*. Pada kesempatan praktek kerja magang ini penulis mendapatkan kesempatan bekerja di dalam salah satu lini bisnis Kompas Group (KG). Penulis ditempatkan pada lini bisnis *manufacture* yang berhubungan dengan segala bentuk produksi percetakan berbahan kertas. Pada lini manufaktur terdapat 3 perusahaan besar yaitu MetaForm, Gramedia *Printing Group*, dan Gramedia Mitra Edukasi. MetaForm merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang percetakan packaging bersifat B2B. Gramedia Mitra Edukasi adalah percetakan yang berfokus pada buku pelajaran. Gramedia *Printing Group* sendiri merupakan percetakan yang berfungsi untuk menjawab kebutuhan konsumen. Pada kesempatan ini penulis ditempatkan di dalam Gramedia *Printing Group*. Penulis memiliki peran sebagai *Digital Marketing Specialist* dalam proyek *web to print* dari perusahaan Kompas Gramedia *Printing Group*. Dalam pelaksanaan kerja magang penulis berkoordinasi dengan pimpinan proyek, wakil pimpinan proyek, dan sales.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Pada tabel berikut ini merupakan kegiatan yang dilakukan penulis selama proses kerja magang pada perusahaan Print on Demand bagian dari Kompas *Printing Group* berlangsung.

Tabel 3. 1 Pekerjaan yang Dilakukan Penulis.

No	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan	Koordinasi
1.	<i>Web development</i> Merancang <i>Web to Print</i> agar siap dipakai.	<i>Manager</i> dan <i>Wakil Manager</i> <i>Print on demand</i>
2.	<i>Content creator</i> Membuat content media sosial untuk berkomunikasi dengan konsumen.	<i>Manager</i> dan <i>Wakil Manager</i> <i>Print on demand</i>
3.	Video Creator for Event Membuat video yang berkaitan dengan ulang tahun Kompas Group of Manufacture.	<i>Manager</i> dan <i>Wakil Manager</i> <i>Print on demand</i>

4.	<i>Customer relationship management</i> Membuat email otomatis untuk notifikasi customer.	<i>Manager</i> dan <i>Wakil Manager</i> <i>Print on demand</i>
5.	<i>Order taking</i> Membuat dan memastikan alur penerimaan order secara online.	<i>Manager</i> dan <i>Wakil Manager</i> <i>Print on demand</i>

Sumber : Dokumentasi Penulis

Selain melaksanakan program dan *job desc* di atas, penulis juga mengerjakan pekerjaan yang dilakukan sesuai inisiatif penulis yang telah dikomunikasikan kepada manager *Print on Demand* (POD).

Tabel 3.2 Inisiatif Penulis untuk Pengembangan Perusahaan.

No	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan Secara Inisiatif	Koordinasi Penulis
1	<i>Strategic planner</i>	<i>Manager</i> dan <i>Wakil Manager</i>

No	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan Secara Inisiatif	Koordinasi Penulis
	Menganalisa pasar <i>print on demand</i> di wilayah Jabodetabek yang menjadi target pasar Kompas.	<i>Print on demand</i>
2	<i>Production staff for Printing</i> Membantu pada alur produksi percetakan buku, brosur, dan <i>marketing collateral</i> .	<i>Manager</i> dan <i>Wakil Manager</i> <i>Print on demand</i>
3.	<i>Production staff for packaging</i> Membantu pada alur produksi pengemasan produk percetakan seperti buku, brosur, dan <i>marketing collateral</i> .	<i>Manager</i> dan <i>Wakil Manager</i> <i>Print on demand</i>

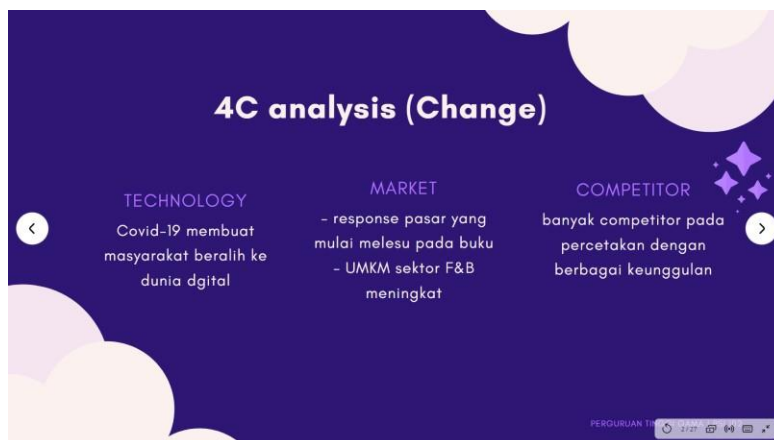
Sumber: Dokumentasi Penulis

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Strategic Planning

Pada bagian strategic planning, Penulis mengetahui *Print on demand* akan membuat *platform online* berupa *web to print*, maka penulis berinisiatif menawarkan

untuk membuat analisis pasar. Penulis membuat analisis pasar menggunakan analisis *4C diamond* yang berisi, *change*, *customer*, kompetitor, dan *company*. Tujuannya agar perusahaan dapat melihat perubahan dari segala sisi, mengetahui kompetitor pesaing agar dapat mengambil kebijakan yang tepat. Pada pengambilan keputusan strategy yang akan di terapkan web to print penulis aktif berkonsultasi dengan pihak manager *print on demand*. Selain membuat analisa *4C diamond*, penulis juga membuat segmentasi, targeting, dan positioning yang nantinya sangat berguna untuk pemanfaatan digital marketing. Pembuatan strategic paning ini dibuat agar *print on demand* dapat menentukan arah perkembangan perusahaan dan inovasi, sehingga diharapkan dapat berguna untuk jangka Panjang.



Gambar3. 1 4C Analysis

Sumber: dokumentasi penulis

Pada bagian ini penulis menganalisa mengenai perubahan *technology*, *market*, kompetitor, dan *company* secara menyeluruh. Technology dalam masa covid-19 semakin berkembang dan masyarakat telah bergantung dengan technology. Pada market terjadi perubahan pada produk percetakan, pasar mulai lesu pada pembelian buku. Terdapat peluang baru pada pasar, dikarenakan pada saat pandemi covid-19 sektor F&B bertumbuh. Banyak pekerja yang dirumahkan memulai bisnis bidang F&B. Analisis pada kompetitor menunjukkan bahwa banyak kompetitor yang bergerak pada bidang percetakan dan sudah memiliki platform online dan media sosial yang baik.



Gambar3. 2 Perubahan Pada Customer.

Sumber: Dokumentasi Penulis

Berdasarkan gambar 3.2 POD memiliki potensi *customer* baru. Perkembangan industri F&B memberikan peluang baru untuk industri percetakan.

Perusahaan percetakan dapat menawarkan jasa untuk memenuhi kebutuhan *marketing collateral* industri F&B. *Marketing collateral* seperti sticker, kartu ucapan terima kasih/selamat makan, kartu nama, dan brosur. Tidak hanya industri F&B saja yang membutuhkan *marketing collateral*, tapi berbagai industri mulai dari pebisnis online sampai perusahaan besar.

Peluang ini harus dimanfaatkan untuk terus mengakuisisi konsumen baru. Adanya konsumen baru membuat pemasukan perusahaan semakin bertambah. Setelahnya perusahaan dapat mengembangkan peralatan sehingga dapat memcetak *packaging*.

Sebelum berdiskusi dengan pihak management Print on Demand, penulis melakukan analisa kompetitor seperti yang diperlihatkan pada gambar berikut ini.

Nama Kompetitor	Kelebihan	Kekurangan
printerous	- Website menarik & user friendly https://www.printerous.com/en	Social media tertata tapi tidak aktif https://jatim.tribunnews.com/2020/08/31/startup-digital-indonesia-printerous-dukung-wirusaha-jembatan-percetakan-kemasan-produk-umkm
printondemand.co.id	Website simple dan userfriendly https://printondemand.co.id/id/#/	Social media tidak aktif, toolbar pada web site beberapa tidak berfungsi, media print terbatas bada kertas
Instaprint	- Social media aktif dan menarik serta - Didukung dengan web https://www.instaprint8.com/ - Media print beraneka ragam - offline store mudah ditemui	Skala tidak terlalu besar, social media cukup aktif tapi kurang tertata

Gambar3. 3 Analisis Pesaing Pasar

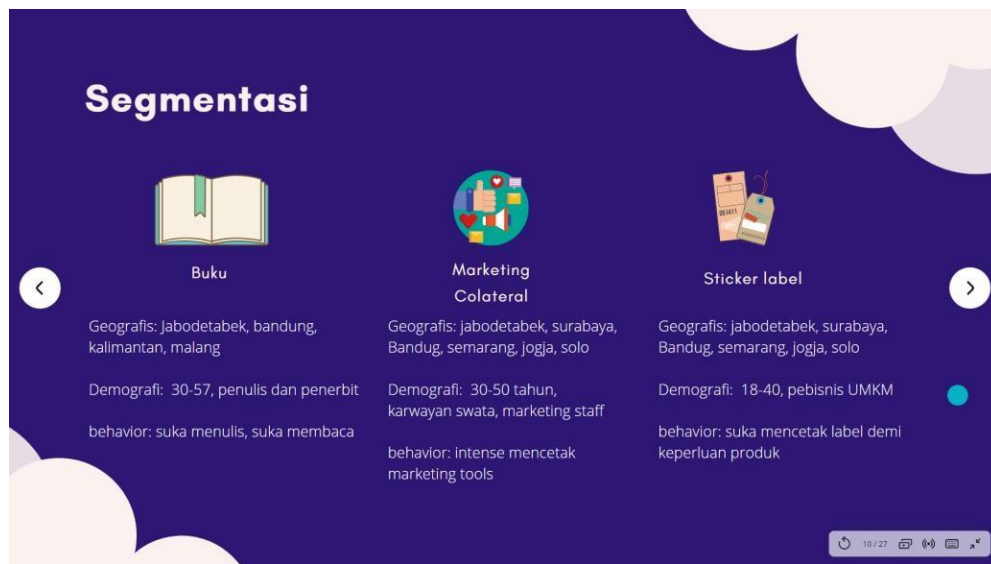
Sumber: Dokumentasi Penulis

Pada gambar 3.3 penulis menganalisa tiga pesaing besar POD. Mereka adalah Printerous, Printondemand.co.id, dan Instaprint. Printerous, dan Printondemand.co.id lebih berfokus menawarkan produk menggunakan media online. Mereka memanfaatkan website dan social media untuk melakukan pemesanan dan berinteraksi dengan konsumen. Analisis kompetitor ini dilakukan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan kompetitor. Hal ini dapat menentukan strategi untuk menyangi para kompetitor.

Kompetitor pertama, Printerous memiliki website yang mudah digunakan, menarik dan *loading* yang cepat. Namun, media sosial Printerous tidak aktif, dan hanya melayani kebutuhan percetakan UMKM. Pada kompetitor ke dua, yaitu prtintondemand.co.id memiliki website yang *simple* dan *user friendly*. Sayangnya, terdapat kekurangan pada tolbar website yang tidak berfungsi dan media sosial yang tidak aktif. Printondemand.co.id adalah head to head dari perusahaan tempat penulis melakukan magang. Hal ini dikarenakan Printondemand.co.id hanya bisa mencetak pada media kertas, dan kategori produk yang hampir sama. Kompetitor ke tiga adalah Instaprint, dari segi *website* Instaprint cukup baik. Social media Instaprint-pun sangat aktif dan cukup menarik. Produk yang ditawarkan lebih beraneka ragam, dan Instaprint tersebar di berbagai daerah.

Melihat kelebihan dan kekurangan dari kompetitor, *Print on Demand* memutuskan untuk lebih aktif pada dunia digital. Tim Digital dan tim IT harus bekerja keras untuk membuat website ynag user friendly dan menarik. Selain itu

Print on Demand-pun harus membuat social media yang aktif dan menarik untuk meningkatkan *brand awareness* dan *engagement*.



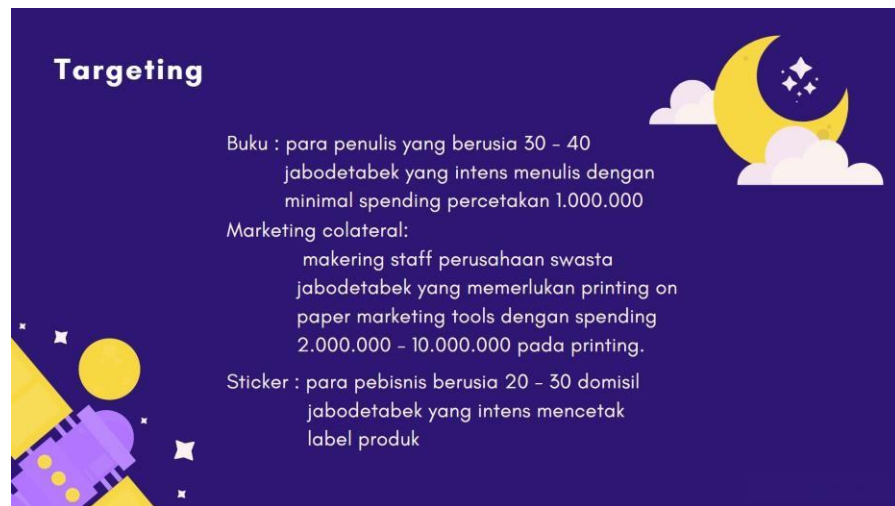
Gambar3. 4 Segmentasi Pasar Berdasarkan Produk.

Sumber: Dokumentasi Penulis.

Pada gambar 3.4 terdapat tiga lini produk yang difokuskan oleh POD. Tiga produk tersebut sebelumnya dibahas pada rapat kecil dengan pihak business development, manager POD, wakil manager POD, dan tim IT. Segmentasi ini sangat diperlukan untuk penggunaan dalam digital marketing. Pada produk buku menyasar segmen penerbit di area Jabodetabek, Bandung, Kalimantan, dan Malang. Produk *marketing collateral* menyasar geografis Jabodetabek, Surabaya, Bandung, Semarang, Jogja, Solo. Adapun demografi yang menjadi sasaran POD adalah usia

30-50 tahun. Selanjutnya pekerjaan sebagai marketing staff menjadi target utama kami untuk profesi target calon konsumen.

Produk berupa sticker label menysasar segmen UMKM yang berlokasi di Jabodetabek, Surabaya, Bandung, Semarang, Jogja, Solo. Demografi yang disasar berusia 18 - 40 tahun. Yang disasar pada segmen ini adalah pemilik UMKM. Behavior yang dituju adalah UMKM yang sering mencetak label untuk keperluan branding dan pemasaran produk. Tempat pada masing-masing segmen tersebut diambil dari berita dan histori penjualan Print on Demand.



Gambar3. 5 Targeting Pasar Berdasarkan Produk.

Sumber: Dokumentasi Penulis

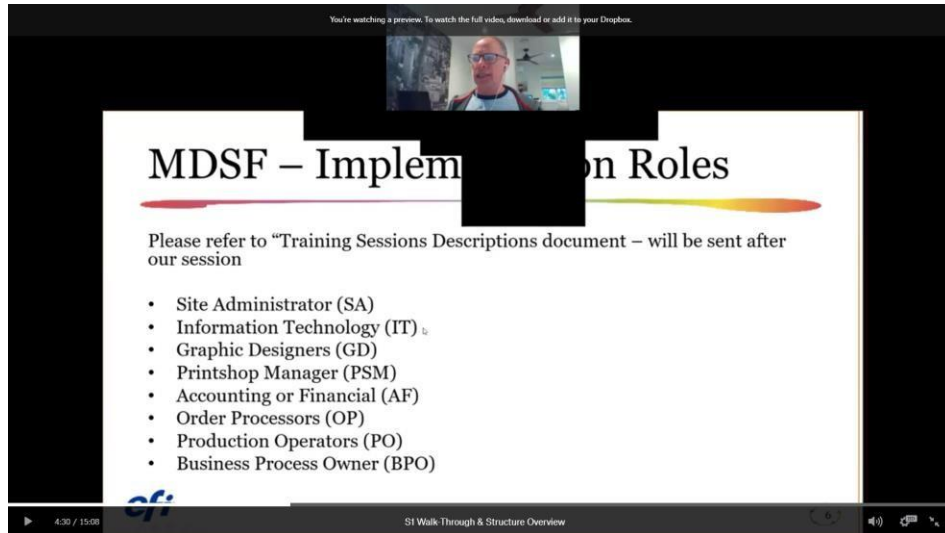
Pada gambar 3.5 penulis mentargetkan market dari segmentasi yang telah ditentukan. Targeting merupakan pasar yang di fokuskan dari segmentasi yang

sudah ditetapkan. Targeting sangat penting untuk mengetahui market yang dituju. Hal ini sangat bermanfaat sebagai dasar pembuatan content social media dan iklan yang berbasis *digital*.

Setiap produk memiliki targeting masing-masing. Produk percetakan buku mentargetkan para penulis yang berdomisili di wilayah Jabodetabek. *Print on Demand* mentarget penulis dengan minimal *spending* satu juta rupiah untuk percetakan. Produk *marketing collateral* mentargetkan staf marketing perusahaan yang berada di Jabodetabek. Mentarget perusahaan yang mau mengeluarkan dua juta sampai sepuluh juta rupiah untuk mencetak kebutuhan marketing.

Produk percetakan sticker label mentarget para pengusaha UMKM. Demografi usia yang ditargetkan antara usia 20-30 tahun. Pada percetakan sticker label tidak ditentukan minimal percetakan. *Print on Demand* mencetak sesuai kebutuhan para UMKM di wilayah jabodetabek.

3,3,2 Web development



Gambar3. 6 Pelatihan *Online* oleh Tim EFI Australia.

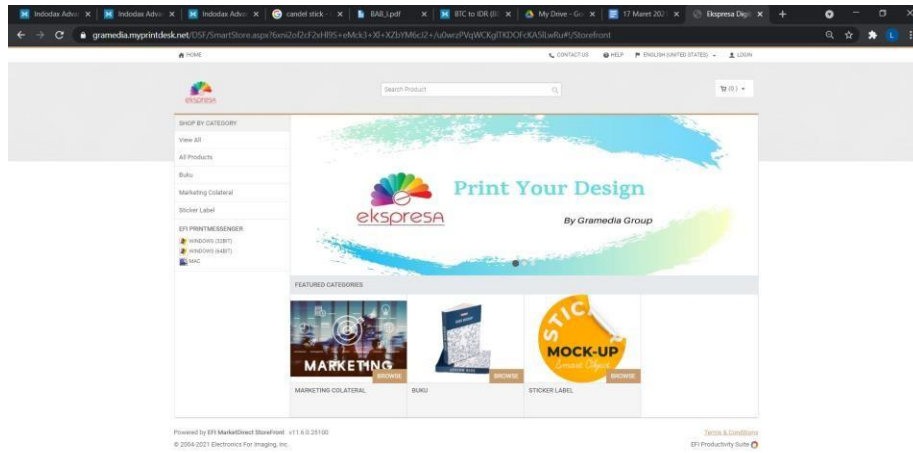
Sumber: Dokumentasi Penulis

Print on Demand membeli lisensi website dari perusahaan EFI software Australia. Basis website tersebut dikembangkan lagi oleh penulis dan tim IT. Penulis dan tim IT mendapatkan pelatihan *online* dari *engineer* EFI Australia. Pelatihan dilakukan tiga kali seminggu, selama satu bulan. Pada pelatihan ini tim finance, tim sales, dan tim produksi juga wajib mengikuti. Hal tersebut diwajibkan karena dalam web to print semua sudah terintegrasi. Mulai dari *site administrator*, *information technology*, *graphic designers*, *print shop manager*, *accounting or financial*, *order processors*, *Production operators*, sampai ke *business process owner*.

Site administrator merupakan orang yang mengelola tampilan serta fungsi halaman awal. Information technology berperan untuk mengatur *server*, *hosting* dan *domain website*. *graphic designer* yang bertugas untuk membuat segala sesuatu yang berhubungan dengan design product. Selain itu tim desain juga bertugas untuk membuat template seperti kartu nama, brosur, dll. Template diperlukan agar konsumen dapat mendesain langsung produk pada website dan langsung dapat mencetak.

Print shop manager merupakan seseorang yang mengerti segala bentuk produk, kualitas produk, dan waktu produksi. Accounting or financial merupakan orang mengerti *cost*, harga, jenis pengiriman. Peran *order processors* diisi oleh seseorang yang sering berinteraksi dengan konsumen untuk memproses order. *Production operator* diisi oleh seseorang yang terlibat langsung dalam proses produksi. *Business process owner* merupakan peranyang mengawasi dari tampilan website, sampai ke proses produksi dan pengiriman ke konsumen. Peran ini diisi oleh seorang *manager*.

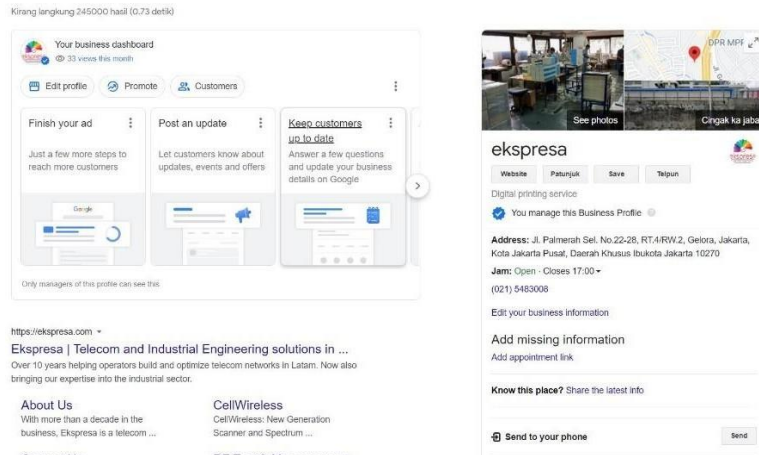
Setiap sesi pelatihan dibawakan menggunakan Bahasa Inggris beraksen *British*. Setelah selesai sesi biasanya seluruh tim berkumpul untuk menyamakan pemahaman dari materi yang disampaikan. Hal ini dilakukan untuk menghindari adanya miskomunikasi dan pemahaman yang salah karena perbedaan bahasa. Setelah menyamakan pendapat, setiap orang yang berperan langsung melaksanakan tugasnya. Progres dari pelaksanaan tugas berdasarkan peran selalu di bahas pada setiap pertemuan *briefing* pagi.



Gambar3. 7 Tampilan Web to Print.

Sumber: Dokumentasi Penulis.

Pada awalnya penulis menerapkan perubahan penampilan halaman awal berdasarkan produk yang disetujui pada strategic planning print on demand. Penulis membuat desain pada banner website, merubah logo dan gambar pada tampilan website. Tidak hanya tampilan, tapi penulis juga merubah isi pada setiap kategori produk sesuai hasil rapat dengan pihak manajemen *Print on Demand*.



Gambar3. 8 *SEO dan Penggunaan Google Business.*

Sumber: Dokumentasi Penulis

Penulis membuat google business yang berfungsi untuk memudahkan konsumen menemukan perusahaan. Penggunaan *google business* membuat *Print on Demand* muncul pada *google map* dan semakin dikenal. Hal ini terjadi karena google maps memberikan notifikasi pada pengguna dengan radius yang cukup dekat dengan perusahaan. Selain itu, dengan membuat *google business* perusahaan juga bisa mendapat *review* dari para konsumen sebelumnya. *Review* sangat berguna untuk meningkatkan kredibilitas dan *brand awareness*.

Pada gambar 3.8 terlihat bahwa terdapat banyak informasi mengenai perusahaan yang dapat diakses konsumen dengan lebih mudah dan cepat. Hal ini seperti *website* perusahaan, lokasi, jam operasional, foto perusahaan, dan administrasi lainnya. Google business juga membantu untuk menaikkan search marketing pada website *web to print Print on Demand*.

3.3.2. Production staff (inisiatif)



Gambar3. 9 *Production Process Print on Demand.*

Sumber: Dokumentasi Penulis.

Tim produksi Print on Demand terbagi kedalam tiga shift kerja. Shift pagi dimulai pada pukul tujuh pagi sampai jam tiga sore. Shift kedua dimulai pada pukul tiga sore sampai pukul sebelas malam. Selanjutnya shift tiga dimulai pada pukul sebelas malam sampai pukul tujuh pagi.

Ketika dibulan November Print on demand mendapatkan banyak permintaan untuk mencetak *notebook*, dan berbagai *marketing collateral* perusahaan. Saat akhir tahun print on demand kompas printing group menerima permintaan mencetak puluhan ribu buku dan *marketing collateral*. Setiap shift produksi full dengan percetakan, bahkan harus *outsourcing* untuk memenuhi orderan tersebut. Penulis

berinisiatif untuk membantu dalam proses produksi agar pekerjaan cepat selesai dan pekerjaan selesai tepat waktu. Hal ini juga dapat membantu perusahaan menghemat biaya karyawan *outsourcing*.

Pada posisi ini, penulis mendapatkan kesempatan untuk belajar alur produksi *Print on Demand*. Mulai dari order masuk, proses design, pengecekan bahan, dan sampai seluruh alur produksi. Pada alur produksi dimulai dari menginput antrian data yang akan di print sampai proses printing selesai. Produk yang memiliki spesifikasi khusus seperti harus di laminating langsung di eksekusi. Setelah itu bahan yang sudah di print dipisahkan sesuai urutan, lalu masuk kedalam proses pemotongan. Pesanan khusus yang harus di laminating-akan memasuki proses pemotongan setelah laminating selesai.

Proses akhir setelah pemotongan adalah proses *assembly*. Setelah semua bahan disatukan, lalu bahan di jilid. Terdapat beberapa opsi untuk proses penjilidan, yaitu jilid lem panas, jilid spiral, jilid benang. Proses penjilidan yang paling memakan waktu adalah penjilidan benang. Biasanya jilid benang untuk buku *hard cover*.

3.3.3 Production staff for packaging

Tahapan *packaging* merupakan tahapan akhir setelah semua buku dijilid. Packaging yang dimaksud adalah melapisi buku dengan plastik yang dipanaskan. Kegiatan ini dalam dunia percetakan disebut juga dengan istilah *shrink*. Pada tahapan ini tingkat kesulitan terbilang medium, terlebih lagi untuk seseorang yang

belum berpengalaman. Hal ini dikarenakan harus meletakkan buku pada posisi yang tepat agar proses *shrink* rapih. Proses *shirink* ini dibutuhkan suhu mesin yang tepat. Hal yang akan terjadi jika terlalu panas adalah buku menjadi melengkung dan tidak bagus. Jika suhu mesin lebih rendah, maka hasil shrink akan kendor dan berantakan.

3.3.4 Content creator

Strategy Content		
TUJUAN	CHANEL	JUDUL KONTEN
Brand Awarnes	Facebook Instagram youtube (tutorial&review) google (SEO)	Tips mengenai design dan percetakan, & ajakan follos social media
Consideration	Facebook Instagram youtube	Pentingnya kualitas dari printing dan design, ajakan untuk mendesign&cetak berkualitas
Decision	Instagram	promosi dan ajakan

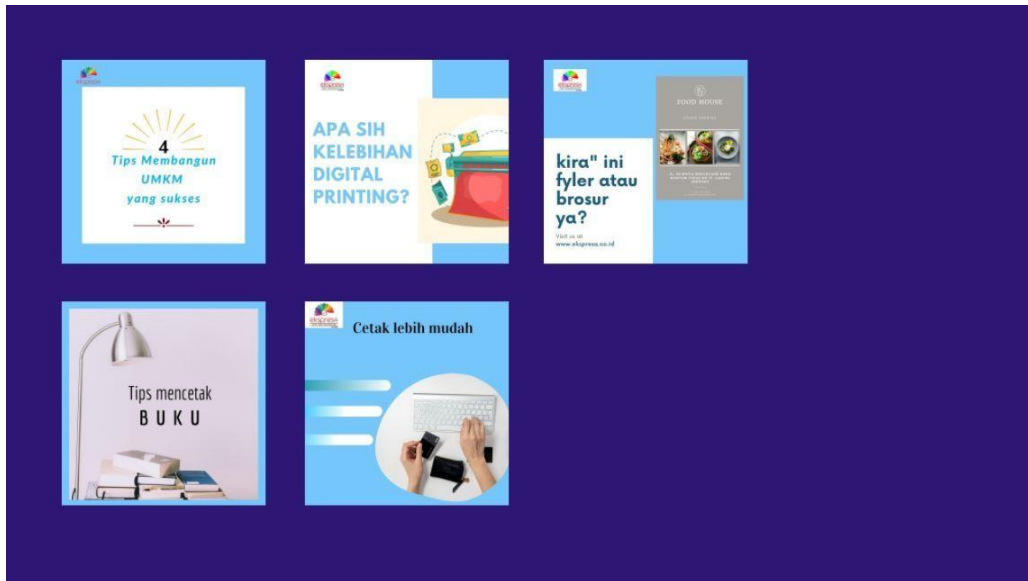
Gambar 3.10 Content Strategy for Digital Marketing.

Sumber: Dokumentasi Penulis.

Media sosial sangat penting untuk membangun awareness terhadap/ jasa. Media sosial juga dpat digunakan untuk menyampaikan pesan agar konsumen *engage* dengan brand “Ekspresa” yang diciptakan oleh *Print on Demand* untuk *web*

to ptint. Pada gambar 3.10 penulis membuat strategi untuk mengembangkan *brand* secara *online*. Pada penerapan strategi terbagi menjadi tiga tujuan. Tujuan awal adalah untuk menciptakan *brand awareness*. Chanel yang dipilih adalah Facebook, Instagram, Youtube, SEO Google. Tema content pada strategy awal adalah mengenai design dan ajakan untuk *follow* media sosial.

Tujuan strategy ke dua adalah meningkatkan *consideration* para konsumen baru untuk menggunakan jasa *Print on Demand*. Chanel yang digunakan pada strategi ini adalah Facebook, Instagram, dan youtube. Topik yang dibahas adalah printing quality, testimoni, dan ajakan untuk mencetak. Strategi ketiga bertujuan untuk membuat konsumen mengambil keputusan. Pada strategi ketiga ini lebih aktif menggunakan Instagram dengan konten promosi. Berikut ini merupakan design yang dibuat oleh penulis. Design ini ditujukan untuk mengisi feeds Instagram. Selain itu feeds ini juga dapat diposting pada *facebook official Print on Dimand*.

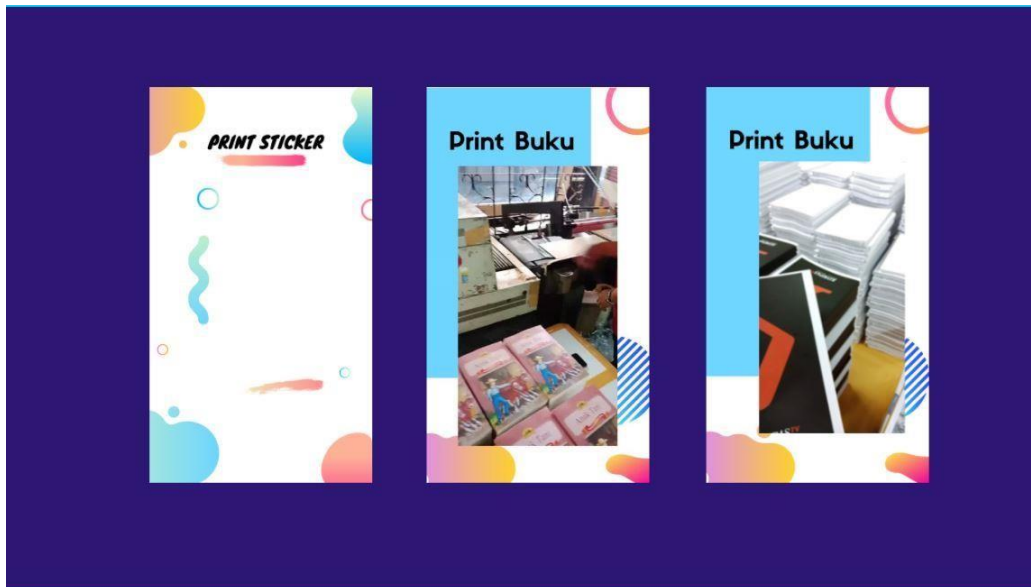


Gambar3. 10 Design Feeds Media Sosial.

Sumber: Dokumentasi Penulis.

Saat membangun brand awareness, komponen terpenting adalah desain yang menarik untuk *engage* calon konsumen. Penulis membuat desain yang berisikan info-info yang berguna untuk meningkatkan *engagement*. Desain pada Gambar 3.11 merupakan desain yang bersifat *multiple*. Tahapan awal ini penulis lebih banyak membuat desain yang ditujukan kepada UMKM. Hal ini dikarenakan, Pebisnis UMKM semakin meningkat di era pandemi covid-19. Hal ini disesuaikan dengan strategy dan target pasar yang telah dibahas dan ditetapkan Bersama pihak management *Print on Demand*. Penulis menggunakan canva untuk mendesain berbagai macam kebutuhan desain. Warna dasar yang di ambil oleh penilis merupakan warna yang dipakai pada logo brand “ekspresa”.

Selain mendesain feeds media sosial, penulis juga membuat *layout* untuk *story* media sosial. Layout ini bertujuan untuk membuat *story* pada media sosial menjadi lebih rapih dan menarik.



Gambar3. 11 Desain Layout Instagram Story.

Sumber: Dokumentasi Penulis.

Gambar 3.12 merupakan beberapa contoh desain dan penerapan *layout story* yang dibuat oleh penulis. Penulis memanfaatkan story untuk memposting testimoni, ucapan hari raya, dan promosi. Story memang tidak seefektif feeds media sosial, tetapi story baik untuk mempertahankan konsumen dan follower yang ada. Mempertahankan konsumen juga bagian yang sangat penting, lebih mudah dan murah untuk mempertahankan dibandingkan akuisisi konsumen baru. Hal ini

dikarenakan dalam akuisisi konsumen baru membutuhkan *effort*, biaya dan waktu yang lebih.

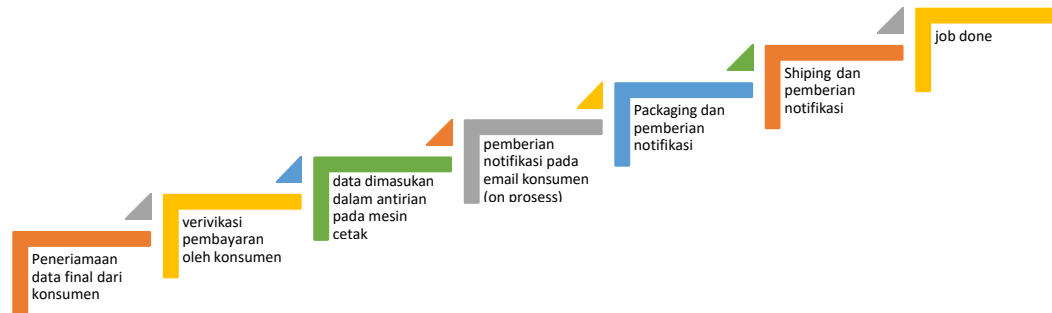
3.3.5 Customer relationship management

Pada proses pengerjaan *web to print*, terdapat system yang mengatur notifikasi untuk konsumen. Penulis mendapatkan kesempatan untuk mengatur dan membuat notifikasi untuk konsumen. Notifikasi *web to print* langsung terkoneksi dengan email perusahaan dan konsumen. Penulis melakukan setting pengiriman email di dalam sistem *web to print*. Email tersebut berupa notifikasi status order, status pembayaran, sampai ke pengiriman dan notifikasi mengenai account.

Email notifikasi ini sangat penting sekali bagi perusahaan dan konsumen. Email tersebut menjadi media komunikasi langsung mengenai order yang diminta oleh konsumen. Adnya notifikasi ini membuat konsumen lebih tenang karena mengetahui status ordernya. Selain itu dengan email ini konsumen dapat melakukan pelacakan pengiriman produk yang sudah selesai.

3.3.6 Order taking

Penulis mendapatkan kesempatan untuk setting penerimaan pesanan via web to print bersama menejemen. Hal ini dapat dilihat melalui alur produksi yang tergambar di bawah ini.



Gambar 3.13 Alur Order Taking and Finishing

Sumber: Dokumentasi Penulis

Penulis dan manajemen Print on Demand melakukan setting dan menguji setiap proses pada alur tersebut. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa semua sistem saling terkoneksi dan berjalan dengan lancar. Pada bagian ini sangat risakan jika terjadi kesalan, karena dapat mengakibatkan menumpuknya orderan. Selain itu jika terjadi kesalahan, maka kepercayaan konsumen terhadap perusahaan semakin berkurang.

Pada penerapannya, penerimaan order ini dilakukan oleh setiap bagian dari *Print on Demand*. Mulai dari *customer service*, *accounting and finance*, sampai ke tim produksi dan pengiriman. Adanya sistem ini sangat membantu perusahaan, karena jauh lebih transparan dan saling terintegrasi.

3.3.6 Video creator for event



Gambar3. 12 Video HUT Gamedia Printing ke-48

Sumber: Dokumentasi Penulis.

Saat melakukan praktek kerja magang, penulis mendapat tugas untuk membuat *video*. *Video* tersebut berisikan ucapan selamat HUT Gamedia Printing yang ke empat puluh delapan oleh *Print on Demand*. Pada saat pembuatan video penulis diberikan waktu satu hari untuk menyelesaikan perekaman dan editing. Proses perekaman video dibantu oleh salah satu tim produksi. Pada video tersebut, *Print on demand* menunjukkan keahliannya dalam bidang printing. Ucapan “Selamat ulang tahun Gamedia Printing Ke-48” di cetak dan di bagiakan kepada setiap tim *Print on Demand*. Pada akhir video tim *Print on Demand* berkumpul dan serentak mengucapkan selamat kepada Gamedia Printing. Video ditutup dengan tagline dari

tim Print on Demand yaitu “Ngopi Bareng POD, kompak, siap, sukses, sehat, bersama”.